

ABSTRAK

Pertumbuhan kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, terbukti dengan banyaknya bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik. Melihat hal itu, masing-masing perusahaan berlomba-lomba membuat inovasi seperti salah satunya membuat *green product*. Dengan kesadaran masyarakat dan industri akan perlunya menjaga lingkungan, maka *green product* merupakan salah satu solusi untuk menjaga lingkungan serta memberikan jaminan kepada konsumen akan keamanan dalam penggunaannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *green product* Sariayu, untuk mengetahui keputusan pembelian terhadap produk Sariayu, dan untuk mengetahui berapa besar pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dan verifikatif serta metode penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan teknik *sampling non-probability* dan menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sebesar 0,103, artinya *green product* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 10,3%, selebihnya 89,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *green product* , keputusan pembelian, Sariayu